

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN

HIPOTESIS

A. Jasa	10
1. Pengertian Jasa	10
B. Perilaku Konsumen	11

C. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	14
D. Keputusan Pembelian	16
1. Tahap-tahap Proses Pembelian	17
2. Indikator Keputusan pembelian	19
E. Persepsi Harga	20
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Persepsi Harga	21
2. Indikator Persepsi Harga	24
F. Komunikasi Pemasaran	24
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	24
2. Indikator Komunikasi Pemasaran	25
G. Kualitas Website	27
H. Hubungan antar variabel	29
1. Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	29
2. Hubungan komunikasi pemasaran dengan keputusan pembelian	30
3. Hubungan Kualitas website dengan keputusan pembelian	30
I. Penelitian Terdahulu	31
J. Kerangka Konseptual	35
K. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian	36

C. Definisi dan Operasional Variabel	37
1. Definisi Variabel	37
2. Definisi Operasional Variabel	38
D. Skala Pengukuran	40
E. Populasi dan Sampel Penelitian	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
F. Jenis dan Data Penelitian	43
G. Teknik Pengumpulan Data	43
H. Metode Analisa Data	45
1. Analisis Partial Least Square	45
2. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	49
B. Karakteristik Responden	49
C. Statistik Deskriptif Variabel	54
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrument Penelitian	60
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i>	60
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	71
3. Pembahasan Hasil Penelitian	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87

